

Konrad J. Kuhn, Katrin Sontag, Walter Leimgruber (Hg.)

LEBENSKUNST ERKUNDUNGEN ZU BIOGRAPHIE, LEBENSWELT UND ERINNERUNG

Festschrift für Jacques Picard



2017

BÖHLAU VERLAG KÖLN WEIMAR WIEN

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung der
Stiftung Jüdische Zeitgeschichte und der Stiftung Irène Bollag-Herzheimer

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind
im Internet über <http://portal.dnb.de> abrufbar.

Umschlagabbildung: Higg's Place. Carl Gustafson (Löderup, Schweden).
Der Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung von Carl Gustafsson, © beim Künstler.

Zwischenbild 1: He wouldn't last long. Brigitte Lustenberger. Der Abdruck erfolgt mit freundlicher
Genehmigung der Künstlerin und der Christophe Guye Galerie, © Brigitte Lustenberger.

Zwischenbild 2: It hurt. Brigitte Lustenberger. Der Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung der
Künstlerin und der Christophe Guye Galerie, © Brigitte Lustenberger.

Zwischenbild 3: Take it deeper. Brigitte Lustenberger. Der Abdruck erfolgt mit freundlicher
Genehmigung der Künstlerin und der Christophe Guye Galerie, © Brigitte Lustenberger.

© 2017 by Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln Weimar Wien
Lindenstraße 14, D-50674 Köln, www.boehlau-verlag.com

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist unzulässig.

Korrektur: Helga Loser-Cammann, Köln
Umschlaggestaltung: Satz + Layout Werkstatt Kluth, Erfstadt
Satz: Bettina Waringer, Wien
Druck und Bindung: Hubert & Co., Göttingen
Gedruckt auf chlor- und säurefreiem Papier

Printed in the EU

ISBN 978-3-412-50755-8



DIE DREI DINGE, DIE ES BRAUCHT

Klaus Neumann-Braun

Erinnerung

Biographisches Erzählen läuft immer Gefahr, Vergangenheit zu verklären. Gerne meint man, die zurückliegenden Erlebnisse seien interessanter und aufregender gewesen, als sie tatsächlich waren. Mit fortschreitendem Alter verändert sich die Erinnerung weiter: Die autobiographische Gedächtnisforschung¹⁸ zeigt, dass sich Erwachsene über 40 – Jacques Picard und ich gehören ohne Zweifel zu dieser Altersgruppe – deutlich mehr an die Jugend und junge Erwachsenenzeit erinnern als an andere Lebensabschnitte; eine Zeit, in der all das für das Erwachsenwerden so Wichtige zum ersten Mal passiert: die Peers, der erste Ausgang, die erste Freundin und nicht zuletzt auch die erste Wahlverwandtschaft mit den Medien-Freu(n)den. Diese Ereignisse prägen sich ein und ohne Zweifel schmälert dieser selektive ‚Blick zurück‘ den Wahrheitsgehalt unserer Erinnerungen.

Es gibt Dinge, die einen das ganze Leben begleiten. Auch Medienereignisse und Werbesprüche gehören dazu. In den 1960er-Jahren ging ich als Jugendlicher jeden Tag an einer hohen Hauswand vorbei, von der herab mich die drei Musketiere in Uniform ihre Degen kreuzend anschauten; zu ihren Füßen war zu lesen: „Männer wie wir! Wicküler Bier!“¹⁹ Bis heute prosteten mir die drei immer wieder zu, wenn ich ein Bier trinke. Auch meine Liebe zum HB-Männchen ist ungebrochen: „Halt, mein Freund, wer wird denn gleich in die Luft gehen? Greife lieber zur HB.“²⁰

Die Welt war damals noch einfach gestrickt: Der Showmaster Hans-Joachim Kulenkampff konnte garantieren, dass es in seiner Quizshow „EWG – Einer wird gewinnen“²¹ einen Sieger geben würde, und er hatte auch einen ‚guten Rat fürs Leben‘ parat:

18 Koppel, Jonathan/Rubin, David C.: Recent Advances in Understanding the Reminiscence Bump. The Importance of Cues in Guiding Recall from Autobiographical Memory, in: *Current Directions in Psychological Science* 25 (2016), pp. 135-140, first published: April 6, 2016, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0963721416631955> (07.01.2017).

19 Wicküler Bier-Werbung: <https://www.youtube.com/watch?v=y7bockA2PrQ> (07.01.2017).

20 HB-Männchen-Werbung: https://www.youtube.com/watch?v=VKo4s_7-Afc (07.01.2017).

21 EWG-Show mit H.-J. Kulenkampff: <https://www.youtube.com/watch?v=8FXchEUBz0o> (07.01.2017).

„Drei Dinge braucht der Mann: Feuer, Pfeife, Stanwell.“²² Und er sagte diesen Spruch an einem Kamin in einem Lehnssessel sitzend, umgeben von zwei jungen blonden Frauen, die ihm beide für seine Pfeife Feuer reichten.

Die Zeiten haben sich geändert: HB und Stanwell sind aus der Mode gekommen, wie sich das Rauchen generell in gesundheitsbewussten Kreisen im Abwind befindet. Längst vergangen sind Lehrveranstaltungen, in denen über die Massen geraucht, Rotwein getrunken und diskutiert wurde – meist auf Kosten der intellektuellen Aufklärung, die im blauen Dunst verloren ging. Geblieben ist die Frage, welche neuen ‚drei Dinge‘ es in einer inzwischen komplexer gewordenen Welt braucht, um gewinnen zu können.

Humor

Wer Talente erkennen möchte, benötigt soziale Distanz, und wer Gesellschaft zu durchschauen trachtet, auch. Mit der entsprechenden ‚Third Position‘-Haltung tut sich die Wissenschaft nicht immer leicht: Man hat im Untersuchungsfeld Angst vor einer ‚überengagierten‘ Verbrüderung in der teilnehmenden Feldforschung und führt das Prinzip der bewusst inszenierten ‚Dummheit‘ ein: ‚Dummheit als methodisches Prinzip‘ heisst es dann. Eine elegantere Form, soziale Distanz zu sich und anderen zu pflegen, sind Humor und Witz. Letzterer steht geradezu exemplarisch für eine vielschichtige Verstehenstheorie von Sprecher und Hörer, die beide eine aktive Sinn-(Re)-(De)-Konstruktion vornehmen.

In Witzen wird Gesellschaft wie unter einem Brennglas sichtbar: Soziale Praktiken werden in Form von Stereotypen aufgegriffen und spielerisch konterkariert. Für Witz braucht es kulturelles Kontextwissen, das um die sprachliche Mehrdeutigkeit des Verbalhumors weiss. Entsprechend wird in der Witzforschung auch von ‚hermeneutischen Geschicklichkeitsspielen‘ gesprochen. Kein Wunder, dass Jacques gerne den folgenden Witz erzählt und mir mit folgenden Zeilen in Erinnerung rief:

Den Witz, den ich Dir erzählte, war der jüdische Robinson – den gab es, aber ohne den Freitag, also sehr einsam. Als er nach 20 Jahren gerettet wurde, hatte er ein kleines Haus, Garten und Ziegenzucht angelegt und – man höre, wie löblich – zwei Synagogen gebaut! Gefragt, warum denn ZWEI Synagogen, antwortet er: In DIE gehe ich, in DIE aber nicht!

22 Stanwell-Werbung: <https://www.youtube.com/watch?v=i5fqyoCugnk> (07.01.2017).

Der zweite Witz, der mir sehr in Erinnerung blieb, war ein Witz mit zwei Hemden. Jacques Picard schrieb auf meine Nachfrage zurück:

Den Witz kenne ich, habe ihn Dir aber nicht erzählt. Ja, er geht ungefähr so: Die Mamme schenkt zwei (identische) Hemden, der Sohn hält eines in den Händen und ist sehr erfreut ... fragt die Mamme: Und das andere gefällt Dir nicht?

Der jüdische Witz ist ein tiefgründiger Witz, der Gesellschaft und Tradition vielschichtig reflektiert. Ich habe mich gefragt, warum einer von uns beiden nicht mehr weiss, ob der Witz damals zwischen uns erzählt wurde oder nicht. Ich möchte nicht ein weiteres Mal auf den ‚Reminiscence Bump‘, Jugenderinnerungen überwiegen,²³ zu sprechen kommen, sondern finde eine andere Erklärung in dem folgenden Witz, der den autonomen Umgang mit jüdischem Witz durch jeweilige Erzähler gut verdeutlicht (und sei es auch, dass man darauf besteht, ihn gar nicht erzählt zu haben):

Ein Bauer lacht dreimal, wenn man ihm einen Witz erzählt: Das erste Mal, wenn man ihm den Witz erzählt, das zweite Mal, wenn man ihn ihm erklärt, und das dritte Mal, wenn er den Witz versteht. – Ein Herr lacht zweimal: Das erste Mal, wenn man ihm den Witz erzählt, das zweite Mal, wenn man ihn ihm erklärt; denn verstehen wird er ihn ohnedies nie. – Ein Offizier lacht nur einmal: Wenn man ihm den Witz erzählt; denn erklären lässt er sich ihn nicht und verstehen wird er ihn auf keinen Fall. – Erzählst du aber einem Juden einen Witz, so unterbricht er dich: „Ach was, ein alter Witz!“ und er kann ihn dir besser erzählen.²⁴

Neugier

Witze verstehen heisst Welt verstehen. Und zum Welt-Verstehen braucht es Neugier, in der man sich riskiert. So wie in der frühen Neuzeit, als ein von Neugierde getragenes Wissensnetzwerk von Geographen, Mathematikern, Instrumentenbauern, Künstlern und Wissenschaftlern im Geschichtsbuch unserer Weltbilder ein neues Kapitel aufschlug: Im Zusammenwirken von Technologie und Kunst vollzog sich der Übergang vom geo- zum heliozentrischen Weltbild. Im 17. Jahrhundert wurden die Wegekarten zu Landkarten, der Raum erschien nicht länger linear, sondern flächig – so wie wir das heute bei Google Maps und Google Earth mit vielen technischen Raffinessen

²³ Koppel/Rubin, Advances.

²⁴ www.witze.koscher.net (12.01.2017).

sehen können. Jacques Picard half mit, diese Zeitenwende, diesen Wandel des Blickregimes zu veranschaulichen im Rahmen seiner Mitwirkung an der Museumsausstellung *Mapping Spaces* im Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM) Karlsruhe 2014.²⁵ Ein gemeinsamer Ausstellungsrundgang liess diese spannende Zeit im Spiegel von Gemälden, Karten, Globen, Instrumenten und Büchern wieder auferstehen.

In seinem jüngsten Buchprojekt *Makers of Jewish Modernity*²⁶ beschäftigt sich Jacques Picard mit dem Thema *Thinking Jewish Modernity*. In der Einleitung ist zu lesen: „*Thinking about modernity involves a complex relation to time, in which the past appears as both distant and relevant, the future at once promising and vague.*“ Der Leser wird zu einer inspirierenden Zeitreise eingeladen: Portraitiert werden wichtige jüdische Denker, Künstler, Wissenschaftler und andere Personen öffentlichen Interesses der letzten hundert Jahre und daraufhin befragt, welche Deutungen unserer (post-)modernen Zeit sie vornehmen und begründen. Ein komplexes, facettenreiches Bild unserer Zeit entsteht, das weit davon entfernt scheint, fertige Antworten liefern zu können. „*Modernity is the transitory, the fleeting, the contingent; it is one half of art, the other being the eternal and the imovable*“, heisst es (mit Charles Baudelaire, 1859) zum Auftakt der Einführung und lässt die neugierige Hoffnung entstehen, ob es nicht doch zu einem abgerundeten konsistenten Weltbild der Moderne kommen könnte.

Wertschätzung

Eine vergleichbare Strategie verfolgt auch diese Festschrift: Vereint werden Stimmen und Meinungen vieler (ehemaliger) Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler, Fachkolleginnen und -kollegen und Freunde von Jacques, die ihn in seinem beruflichen und privaten Leben getroffen und begleitet haben. Ihre Beiträge lassen ein buntes und lebendiges Spiegelbild der facettenreichen intellektuellen Kultur erkennen, die das Wirken des Geehrten hat entstehen lassen.

Jacques ist kein Freund von ‚akademischer Schulenburg‘ und ‚Closed Shop‘-Denken. Ihm geht es stets um die Menschen. Nachwuchswissenschaftlern begegnet er mit der professionellen Haltung, kluge und tüchtige junge Menschen entsprechend ihren Talenten und Interessen zu fördern und Kraft zu schöpfen aus dem Begleiten von

25 Gehring, Ulrike/Weibel, Peter (Hg.): *Mapping Spaces. Networks of Knowledge in 17th Century Landscape Painting*, München 2014.

26 Picard, Jacques et al. (Eds.): *Makers of Jewish Modernity: Thinkers, Artists, Leaders, and the World They Made*, Princeton/Oxford 2016.

deren Werden. Eines schönen Tages erhielt ich von Jacques Picard einen Anruf: Ich würde ja sicher Frau S. kennen, eine exzellente Medienexpertin, er habe sie unlängst zufällig kennen gelernt; ich musste seine Frage verneinen, worauf er entgegnete, dass das alles andere als gut sei, sie habe nämlich grosses Talent und ich müsse sie unbedingt zu einem Orientierungsgespräch einladen. Um es kurz zu machen, Frau S. ist heute Mitarbeiterin in einem Projekt unserer Forschungsgruppe. Seine Empfehlung galt der individuellen Talentförderung und nicht der letztlich doch auf das eigene Ego bezogenen ‚Schulenburg‘: „*It's the player not the game*“, hiess es in einem Song der 1980er-Jahre, den ich noch gut im Ohr habe.

Kennen gelernt haben Jacques und ich uns in schwieriger Zeit. Damals Ende der 2010er-Jahre ging es um einen anhaltenden Kollegenstreit und die Bemühung um Mediation. Zusammengebracht hat uns folgende Konstellation, die man am besten kurz und knapp mit dem bekannten Beispiel aus Paul Watzlawicks „Anleitung zum Unglücklichsein“²⁷ illustrieren kann:

Ein Mann will ein Bild aufhängen. Den Nagel hat er, nicht aber den Hammer. Der Nachbar hat einen. Also beschließt unser Mann, hinüberzugehen und ihn auszuborgen. Doch da kommt ihm ein Zweifel: Was, wenn der Nachbar mir den Hammer nicht leihen will? Gestern schon grüßte er mich nur so flüchtig. Vielleicht war er in Eile. Vielleicht hat er die Eile nur vorgeschützt, und er hat was gegen mich. Und was? Ich habe ihm nichts getan; der bildet sich da etwas ein. Wenn jemand von mir ein Werkzeug borgen wollte, ich gäbe es ihm sofort. Und warum er nicht? Wie kann man einem Mitmenschen einen so einfachen Gefallen abschlagen? Leute wie dieser Kerl vergiften einem das Leben. Und dann bildet er sich noch ein, ich sei auf ihn angewiesen. Bloß weil er einen Hammer hat. Jetzt reicht's mir wirklich. – Und so stürmt er hinüber, läutet, der Nachbar öffnet, doch bevor er „Guten Tag“ sagen kann, schreit ihn unser Mann an: „Behalten Sie Ihren Hammer [...]!“

Jacques hatte die schwierige Aufgabe übernommen, eine Schlichtung zu initiieren und eine Neuordnung der Verhältnisse zu erreichen. Es waren nervenaufreibende Gespräche, die er mit der ihm eigenen Ruhe und Gelassenheit sowie seiner stets allen Seiten gegenüber wertschätzenden Haltung führte. Erreicht werden konnte zwar kein fortan munteres Miteinander, aber ein geregeltes Nebeneinander, das im Fall der Fälle immerhin ein unaufgeregtes kollegiales Bilderaufhängen unter Verwendung aller notwendigen materialen Hilfsmittel möglich gemacht hätte.

27 Watzlawick, Paul: Anleitung zum Unglücklichsein, München 1983.

Eine Verbeugung

Sich gegen ein Verklären zu wehren ist zwecklos: Man erzählt ein Ereignis aus vergangener Zeit, sieht ein altes Foto, hört eine fast vergessene Musik – und schon erscheint die Welt in einem anderen, geschönten Licht.

Ich versichere, dass ich mit diesen biographisch gefärbten Zeilen keinem Irrtum aufsitze: Bis heute denke ich beim Zuprosten an meine drei Begleiter, die Musketiere. Auch der Reminiscence Bump kann sich in diesem Fall keine Geltung verschaffen: Jacques Picard hat mich seinerzeit bei meiner Talentsuche unterstützt und mir in der ‚Hammer-Beispiel‘-Situation ohne Hammer geholfen, eine friedlichere Nachbarschaft zu ermöglichen, hat mir wirklich beide Witze erzählt und hat mir mit ungestillter Neugier die alte Welt (*Mapping Spaces*) und die neue Welt (*Thinking Jewish Modernity*) nahegebracht. Wertschätzung, Humor und Neugier – es sind diese drei Dinge, die es braucht, um mit Gewinn für intellektuelle Aufklärung zu sorgen, und die Jacques und mich in Freundschaft verbinden.